

El «outplacement» o la nueva vida laboral

POR JULIÁN MUÑOZ

► LAS EMPRESAS QUE SE DEDICAN A RECOLOCAR EMPLEADOS TRAS UN DESPIDO TIENEN UN NICHO DE NEGOCIO CADA VEZ MÁS PRODUCTIVO. PERO, ¿CÓMO FUNCIONAN?

Las empresas que ponen en marcha un conjunto de técnicas para reubicar trabajadores cuando por fusiones, adquisiciones y reestructuraciones hay que prescindir de parte del personal están en pleno auge. DBM Spain, por ejemplo, mantiene un promedio de 3,7 meses en encontrar un puesto de trabajo. Por su parte, Quality Search, Creade o Humanus Consulting poseen un conocimiento exhaustivo del entorno laboral directivo y se dirigen tanto al mercado local como al internacional. Se trata de las consultoras de «outplacement», un concepto que hasta hace unos años pasaba más bien desapercibido pero que con la crisis se está poniendo de moda. En 12 meses, el número de programas de recolocación se ha acrecentado en un 22,7%. En 2009 fueron 6.445, frente a los 5.253 de 2008. Según algunos autores, el origen del «outplacement» se sitúa en Estados Unidos a finales de los años 60. Según otros, se remontaría a los años 40 cuando los psicólogos industriales estadounidenses ofrecieron ayudas a los soldados que regresaban de la guerra a la vida civil y les entrenaban para buscar empleo. Este tipo de prácticas saltó luego el océano y llegó a Europa. En nuestro país, la legislación obliga a las empresas que presenten un Expediente de Regularización de Empleo (ERE) a incluir en él un plan social de acompañamiento, el «outplacement» entre ellos.

En un programa de «outplacement» intervienen tres agentes: la empresa, el trabajador afectado y el consultor. En pocas palabras, la empresa contrata estos servicios de una consultoría que es la que preparará el camino para reconducir la vida laboral de un empleado que se vio obligado a dejar su puesto de trabajo. Los programas de «outplace-

ment» que se llevan a cabo abarcan un amplio espectro de niveles profesionales. Los denominados «Senior» se limitan a consejeros, presidentes y directores generales de grandes empresas, mientras que, en una escala inferior, se encuentra el programa de «Marketing Personal», que es de iniciación en la búsqueda del primer empleo. Después del despido, el proceso de recolocación dura de dos a tres meses, el doble con la crisis económica. A cambio de sus servicios, las empresas de «outplacement» se suelen llevar entre el 10% y el 20% del sueldo anual del trabajador, generalmente con un fijo mínimo. Cuanto más alto sea el puesto del despedido, más cobran estas compañías. «Lo que cobramos a las empresas para recolocar a su ex trabajador depende de la duración del programa, así como de si es individual, colectivo o mixto», comenta Maribel Vallbona, responsable del área de «outplacement» de la empresa Quality Search.

«La empresa que nos contrata para dar una salida laboral a la gente que se va a recolocar abona

un precio fijo por el programa en la mayoría de los casos. En otros hay una parte fija y otra variable dependiendo del éxito de la recolocación», informan desde DBM.

En España, la estabilidad en el empleo permitió que los servicios de «outplacement» no fueran necesarios hasta la década de los 80. Una de las primeras empresas fue DBM España, con delegaciones en Madrid y Barcelona. Creada en 1982, esta empresa ha dado servicio a 7.000 empresas y a más de 250.000 profesionales. DBM Spain ha conseguido un sólido posicionamiento en el mercado a través de su metodología de trabajo y conocimiento del entorno laboral español, y mantiene un promedio de 3,7 meses en encontrar un puesto de trabajo.

Superar el despido

«Los empleados cesantes que reciben un programa de «outplacement» logran superar la crisis personal y familiar, así como el trauma que puede haber ocasionado el despido, transformando la crisis en una oportunidad de desarrollo profesional y personal», explica Rafael Vara, director general de DBM Spain. Fundada en Nueva York en 1967, Drake Beam Morin (DBM), es la primera firma en el mundo de recolocación de profesionales, con 230 oficinas localizadas en 85 países. Tiene como clientes, entre otros, al 80% de las empresas del Fortune 500 y obtiene la mayor tasa de recolocación del

mercado: un 83% de éxitos. Ofrecen sus servicios en 24 idiomas, y han atendido a más de 50.000 empresas y 3 millones de personas.

Otra empresa de «outplacement» pionera en España fue Arco Ibérica. Fundada en 1986 en Madrid, de la mano de Felipe Uriá, en 1991 abrió la primera delegación en Valencia. En la delegación valenciana trabajó más de 20 años Maribel Vallbona, que fundó en 2008, junto a Laura Castellar, la consultora Quality Search, formada por un equipo de consultores que reúnen hasta 20 años de experiencia en el sector en las áreas de selección, evaluación y «outplacement», tanto en proyectos locales como internacionales.

«Es común la utilización del «outplacement» en empresas que atraviesan procesos de fusión, adquisición o reestructuración. La mayor parte de las empresas que solicitan nuestros servicios son multinacionales de cualquier sector, aunque cada vez tenemos más empresas familiares», comenta Maribel Vallbona.

Fundada en 1988, la consultora Creade (Grupo Adecco) gestionó, en 1992, el primer programa de «outplacement grupal» desarrollado en nuestro país y, en 1993, fueron socios fundadores de AECO (Asociación Española de Consultoras de Outplacement). Con la fusión en 2005 de Creade y Lee Hetch Harrison —empresa número uno en EE.UU.—, el Grupo Adecco integró todo el negocio de «outplacement» y consultoría, obteniendo una marca fuerte a nivel mundial. Durante 2008, Creade elevó su facturación un 75%.

Humanus Consulting es otra empresa que cuenta con más de diez años de experiencia en «outplacement» y gestión de carrera en la Península Ibérica. Con oficina en Madrid, Barcelona y Lisboa, esta empresa es miembro para España y Portugal de la prestigiosa red internacional Career Net International, que comprende consultorías de «outplacement» y gestión de carrera líderes en distintos países de Europa, Norte y Sur América, Asia y Australia. Así, los miembros de CNI combinan las ventajas de poseer contactos y compartir experiencias a nivel internacional con un profundo conocimiento del mercado local.

